

カット野菜製造の実態と市場動向

—カット野菜需要構造実態調査及びカット野菜の消費動向調査の概要—

平成25年3月

独立行政法人 農畜産業振興機構振興

目次

1. 調査の背景
 - 1-1. 野菜の需要構造の変化
 - 1-2. 野菜消費量の動向
 - 1-3. 野菜需給協議会での指摘

2. 調査の内容・方法
 - 2-1. カット野菜需要構造実態調査
 - 2-2. カット野菜の消費動向調査(web調査)

3. 調査結果の概要
 - 3-1. カット野菜需要構造実態調査の概要
 - 3-2. カット野菜の消費動向調査の概要

4. カット野菜の市場規模の推計

1. 調査の背景

1-1. 野菜の需要構造の変化

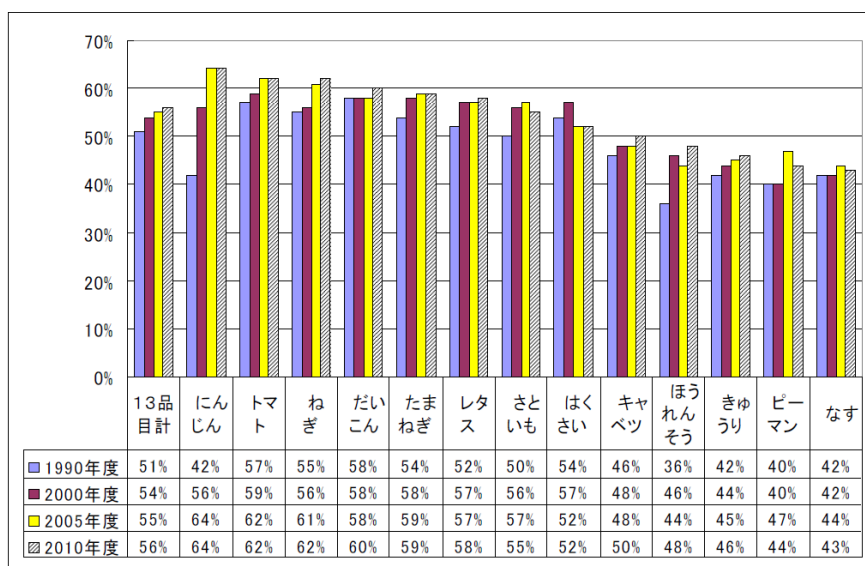
○ 農林水産政策研究所が行った主要野菜13品目の用途別需要の推計によると、加工・業務用需要割合は右肩上がりとなっている。

51%(1990年度)→54%(2000年度)→55%(2005年度)→56%(2010年度)

○ 加工原料用と業務用に分けて見ると、加工原料用として使用される割合が増加している。

27%(2000年度)→30%(2005年度)→32%(2010年度)

○ 加工・業務用需要割合



○ 加工・業務用需要の内訳

(単位: %)

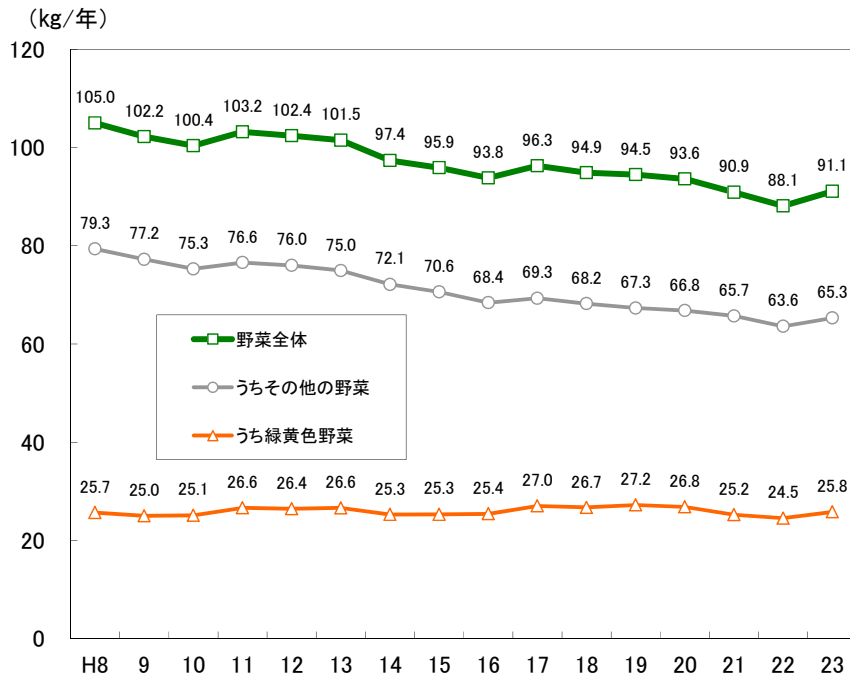
	13品目計			キャベツ			レタス		
	2000年	05年	10年	2000年	05年	10年	2000年	05年	10年
加工・業務用	54	55	56	48	48	50	57	57	58
加工原料用	27	30	32	22	26	29	27	36	37
業務用	27	25	24	26	22	21	30	21	21
	たまねぎ			ねぎ			だいこん		
	2000年	05年	10年	2000年	05年	10年	2000年	05年	10年
加工・業務用	58	59	59	56	61	62	58	58	60
加工原料用	26	29	30	21	25	26	32	32	33
業務用	32	30	29	35	36	36	26	26	27

原資料: 農林水産政策研究所

1-2. 野菜消費量の動向

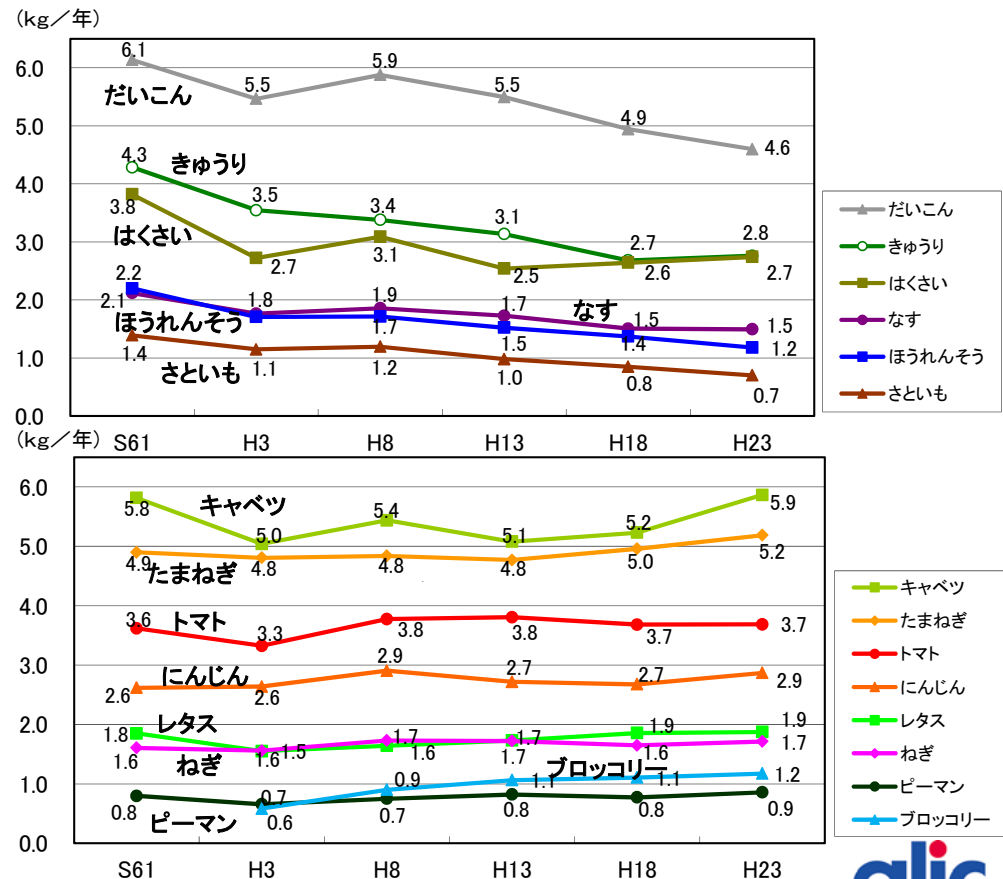
- 1人当たりの野菜消費量は、緑黄色野菜は横ばいであるものの、野菜全体では減少傾向で推移している。
- 家庭での生鮮野菜の品目別購入量を見ると、重量野菜であるだいこんやはくさいのほか、きゅうり、なす等が減少傾向で推移する一方で、緑黄色野菜であるトマト、にんじん、ブロッコリー等は増加又は横ばい傾向で推移している。

○ 1人1年当たりの野菜消費量の推移



資料：農林水産省「食料需給表」

○ 品目別野菜購入量の推移(1人1年当たり)



資料：総務省「家計調査」(農林漁家世帯を除く2人以上の世帯)

1-3 . 野菜需給協議会での指摘

○ 野菜に関する団体等で組織する「野菜需給協議会」において、カット野菜は、これまで野菜の価格高騰時に売れていたが、今では野菜の価格が安くても売れるようになってきたといった指摘や、今後の需要が伸びる可能性があるといった意見があった。

需給協議会リンク先 : http://www.alic.go.jp/y-suishin/yajukyu01_000058.html

会議名	開催日	消費の動向に関する意見
平成24年度第1回野菜需給協議会	平成24年7月19日	・カット野菜の消費は、簡便性を求める消費者のニーズにも合致し、家計消費においては従来以上に大幅に増加している。今後、価格動向との関係をより注視する必要。
		・通常1/4カットしているものをさらに1/6、1/8カットにしたり、鍋物用にざく切りにしたりして、商品を小口化している。
		・野菜の価格が高騰し、小売の段階ではカット野菜の販売量が増えた一方で、外食業界では、コスト削減のためにカット作業を内製化する傾向も見られる。
		・若年層においては、特に調理をしない傾向があり、鍋物用具材がセットになった「野菜キット」が伸びる傾向にある。
平成24年度第2回野菜需給協議会	平成24年11月12日	・カット野菜は、順調に伸びている。これまでは野菜の価格の高騰時に売れていたが、安くなっても売れている。消費者が利便性に着目して使うようになったのではないかと。
		・外食では、厨房の人数が減り、調理技術が低下してきており、カット野菜のニーズが高まっている。
		・単なるカット野菜から、例えばシーザーサラダ用のカット野菜等、用途ごとにバリエーションを増やすことにより、需要がさらに伸びる可能性がある。

資料:野菜需給協議会公表資料から抜粋

2. 調査の内容・方法

2-1. カット野菜需要構造実態調査

- 青果物カット事業協議会の協力のもと、カット野菜を製造していると思われる業者約360社に加え、関東近郊の青果物を取り扱っている業者約1,100社に対して、アンケート調査を実施

調査実施期間 : 平成24年11月～平成25年1月

調査方法 : 郵送によりアンケート調査票を送付し、郵送又はファックスで回収
(ハガキ及び電話による督促を実施)

- 全国のカット野菜製造業者19社へ聞き取り調査を実施し、原料調達、製造・販売環境等の実態を把握(北海道1社、東北1社、関東6社、中部3社、北陸1社、関西5社、中国1社、九州1社)

アンケート調査項目

番号	調査内容	番号	調査内容
1	カット野菜製造業者が専業・兼業か	11	カット野菜製品で、販売数量の多い製品(上位5品目)
2	兼業である場合に、他にどのような業種を営んでいるか	ア	製品名
3	カット野菜製造業者のカット野菜販売額	イ	製品ごとの原料野菜の構成割合
4	販売総額に占めるカット野菜製品の販売額	ウ	製品ごとの販売数量(単位:トン)
5	カット野菜の国産原料の年間使用量	12	カット野菜製品の販売金額に見た販売先の構成割合(単位:%)
ア	品目	13	カット野菜製品のうち、生食用と加熱処理用として納入している製品の販売金額に見た構成割合
イ	品目ごとの年間使用量(単位:トン)	14	カット野菜製品の全販売金額に占める販売価格の決定方法の構成割合
6	カット野菜の輸入野菜の使用状況	15	カット野菜製造の過程で最も多く使用されている殺菌方法
ア	品目	16	HACCP(危害分析・重要管理点)の取得状況及び今後の意向
イ	品目ごとの年間使用量(単位:トン)	17	有機栽培認証を受けた原料を使用したカット野菜製品の販売状況
ウ	品目ごとに輸入先国名	ア	品目
エ	輸入野菜を取り扱う理由	イ	品目ごとの年間使用量(単位:トン)
オ	輸入野菜に対する納入先の意向	18	カット野菜製造上問題になっている点(品質、鮮度、価格、数量等)
7	海外でカットされた野菜の使用状況(冷凍野菜製品を除く)	19	カット野菜に使用する原料野菜の規格(上位3品目)
ア	品目	ア	生食用と比較してどのような規格か
イ	品目ごとの年間使用量(単位:トン)	イ	不作時の規格外品の多い場合の対応
ウ	海外でカットされた野菜を使用している理由	ウ	不作時の対応としてどのような仕組みが必要と考えるか
8	今後の輸入野菜の使用に関する意向	20	今後のカット事業に対する見通し
ア	輸入野菜を使用する予定があるかどうか(ある場合はイ以降の回答へ)	ア	拡大、現状維持、縮小(停止)したい
イ	輸入野菜の使用を計画している品目	イ	上記を選択した理由
ウ	輸入野菜の使用を計画している品目の数量	21	カットフルーツの製造に使用しているカット用の原料果実について
エ	使用を計画している理由	ア	品目
9	契約取引で調達している原料野菜の状況	イ	品目ごとの年間使用量(単位:トン)
ア	品目(上位3品目)	22	総販売額に占めるカットフルーツの販売額の割合
イ	品目ごとの契約事項	23	鮮度保持資材
ウ	契約方法は重量取引かどうか(重量取引の場合はエの回答へ)	ア	使用しているかどうか(使用している場合はイ以降の回答へ)
エ	重量のチェック方法	イ	メーカー名、商品名、製品名
10	カット野菜製品の製品歩留まり率	ウ	使用数量(単位:トン)
ア	品目	24	野菜の残渣物処理についてどのようにしているか
イ	率(単位:%)		

2-2. カット野菜の消費動向調査(web調査)

○ 全国の消費者に対して、インターネットを使って、カット野菜(簡便野菜、鍋物セット、野菜カップサラダ、ポテトサラダの4種類に分類)の購入利用実態を調査

調査期間 : 平成24年10月26日(金)～平成24年10月29日(月)

※ 鍋物セットが店頭に並び始める時期に調査を実施

調査対象 : 20～70歳 男女計1,500人

(①単身者・独身者、②共働世帯、③専業主婦の3つに区分)

サンプル設計

■ 今回調査 実施時のサンプル設計(3区分)は以下のとおり

- 「独身者・単身者」は、「男性50s/女性50s」で設計
- 「共働世帯」は、「男性50s/女性50s」で設計
- 「専業主婦」は、「女性100s」で設計

【対象者割付:25セル割付】

年代	属性区分	サンプル数	
		男性	女性
20～29歳	独身者・単身者	男性50	女性50
	共働世帯	男性50	女性50
	専業主婦	女性100	
30～39歳	独身者・単身者	男性50	女性50
	共働世帯	男性50	女性50
	専業主婦	女性100	
40～49歳	独身者・単身者	男性50	女性50
	共働世帯	男性50	女性50
	専業主婦	女性100	
50～59歳	独身者・単身者	男性50	女性50
	共働世帯	男性50	女性50
	専業主婦	女性100	
60歳以上	独身者・単身者	男性50	女性50
	共働世帯	男性50	女性50
	専業主婦	女性100	
合計サンプル数		1500	



消費動向調査設問

	設問内容
Q1	あなたは、「野菜関連商品」をどれくらいの頻度で購入しますか。一週間あたりの平均的な購入回数を数字でお答えください。
Q2	あなたが一週間あたりに購入される「野菜関連商品」の合計金額はいくらですか。おおよその合計金額を数字でお答えください。
Q3	あなたが外食をする頻度をお聞かせください。
Q4	あなたは、「カット野菜」をどこで購入しますか。以下の中からあてはまる購入場所をすべてお答えください。
Q5	あなたが「カット野菜」を購入されるお店では、どのようなタイプの「カット野菜」を購入しますか。あてはまるものをすべてお答えください。
Q6	あなたは直近1年間に、「カット野菜」をどれくらいの頻度で購入していますか。
Q7	あなたが「カット野菜」を購入する際の、1品当たりの値段はいくらくらいですか。あてはまる金額をお答えください。
Q8	あなたは「カット野菜」をどれくらいの頻度で利用（調理や喫食）していますか。
Q9	あなたは「カット野菜」をどのような時間帯に利用（調理や喫食）していますか。利用（調理や喫食）する時間帯の合計が100%になるように、朝食・昼食・夕食・その他の時間帯ごとに割合を数字で記入してください。
Q10	あなたの「カット野菜の味」に対するイメージを、ご家庭で作る場合と比較してお聞かせください。
Q11	あなたの「カット野菜の価格」に対するイメージを、生鮮野菜の価格と比較してお聞かせください。
Q12	あなたが「カット野菜」を利用する理由として、あてはまるものを3つまでお答えください。
Q13	「カット野菜」の今後のご利用（調理や喫食）意向として、あなたのお気持ちに近いものをお答えください。
Q14	あなたは、生鮮野菜の価格が高いとき、代替としてどのような野菜関連商品を購入しますか。
Q15	あなたの性別をお答えください。
Q16	あなたの年齢をお答えください。

3. 調査結果の概要

3-1. カット野菜需要構造実態調査

○ アンケート調査の概要

調査票配布数:1,459件

調査票回収数:327件(回収率:22.4%)

うち、カット野菜を製造・販売している業者は、110社

カットフルーツを製造・販売している業者は、29社

※ カット野菜・フルーツの両方を製造・販売している業者26社を含む。

なお、専業・兼業の問いは、カット野菜・フルーツの製造・販売以外の事業を行っているかどうかを聞いている。

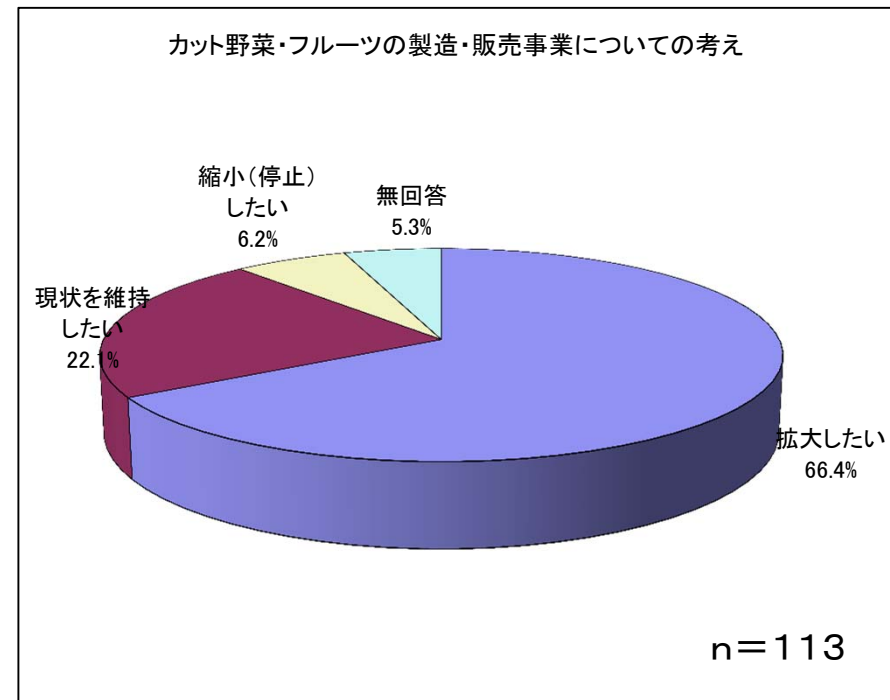
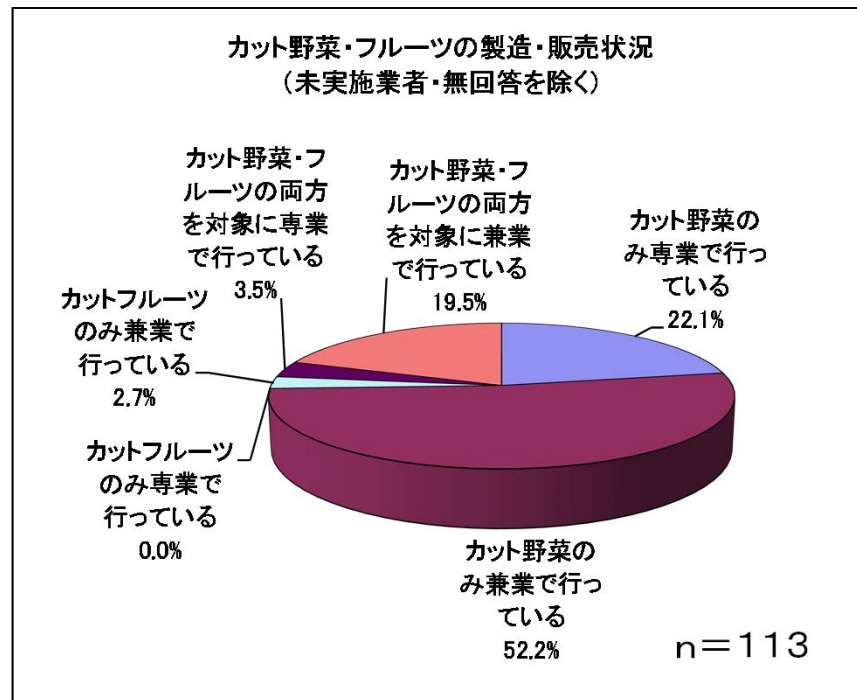
カット野菜・フルーツの製造・販売状況

	回答数
カット野菜のみ専業で行っている	25
カット野菜のみ兼業で行っている	59
カットフルーツのみ専業で行っている	0
カットフルーツのみ兼業で行っている	3
カット野菜・フルーツの両方を対象に専業で行っている	4
カット野菜・フルーツの両方を対象に兼業で行っている	22
カット野菜・フルーツの両方とも製造・販売していない	213
無回答	1
合計	327

○ 業者の分布

アンケートに回答した業者うち、カット野菜・カットフルーツを製造している業者のカット野菜・フルーツの製造・販売状況の内訳を見ると、「カット野菜のみ兼業で行っている」が52.2%でもっとも多く、次いで「カット野菜のみ専業で行っている」が22.1%となっている。

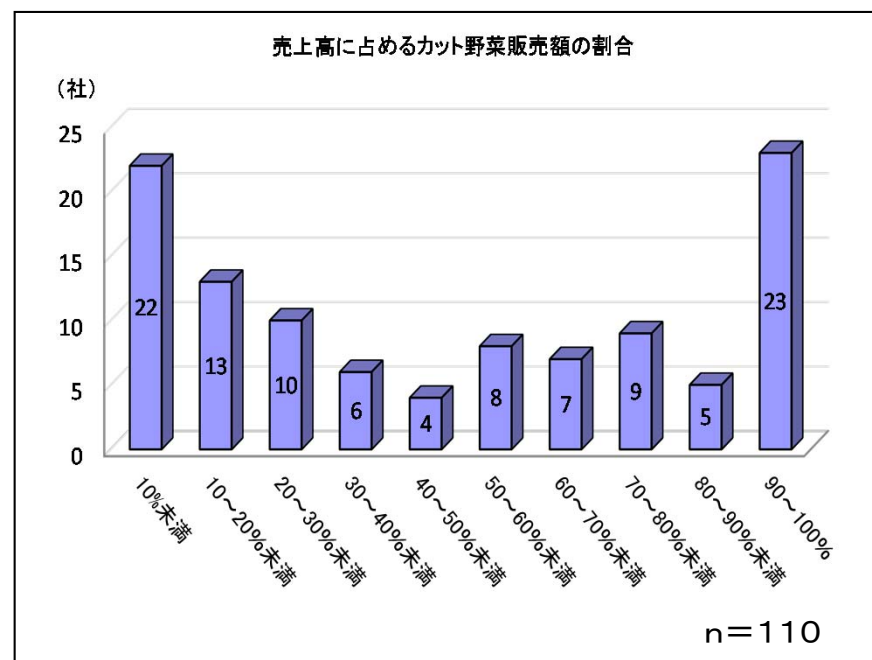
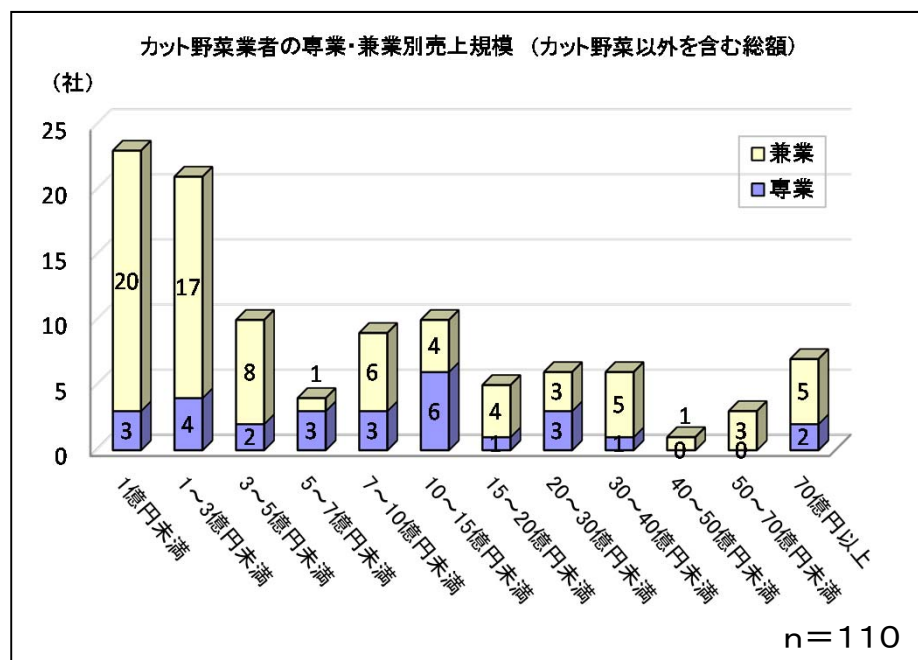
また、今後のカット野菜・フルーツの製造・販売事業について、どのように考えているかという問に対して、「拡大したい」が66.4%、「現状を維持したい」が22.1%、「縮小したい」が6.2%と、事業拡大の意向を示した業者が多かった。



○ 売上規模

アンケートに回答した110社のカット野菜製造業者のうち、売上規模(カット野菜以外を含む総額)が「3億円未満」の会社は、全体の40%を占めている(売上の合計2,300億円)。

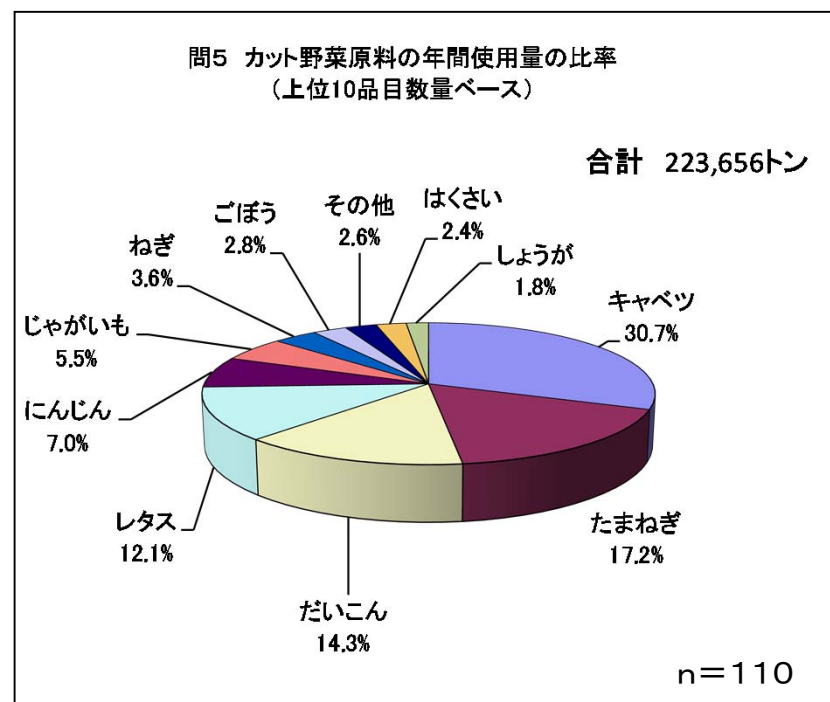
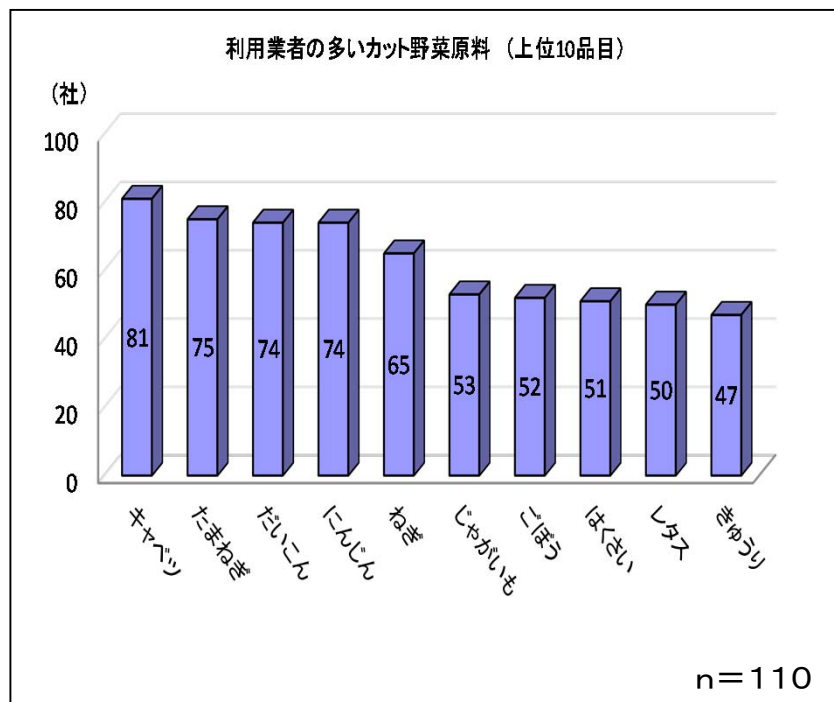
また、売上高に占めるカット野菜の販売額の割合を見ると、「20%未満」が35社、「80%以上」が28社で、カット野菜の製造・販売を中心に事業を展開している業者と他の事業を中心に展開している業者に大きく2分されている(カット野菜販売額合計850億円)。



○ カット野菜製品の原料調達上位品目

カット野菜製造事業者が利用している原料野菜の上位10品目の事業者と品目数を集計したところ、キャベツが81社と最も多く、次いでたまねぎ、だいこん、にんじん、ねぎが続いた。

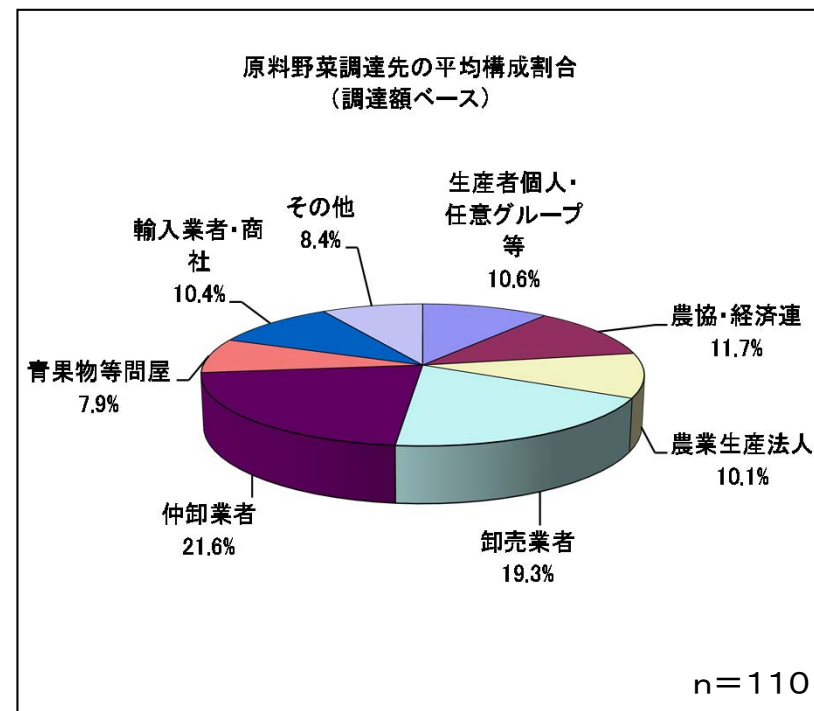
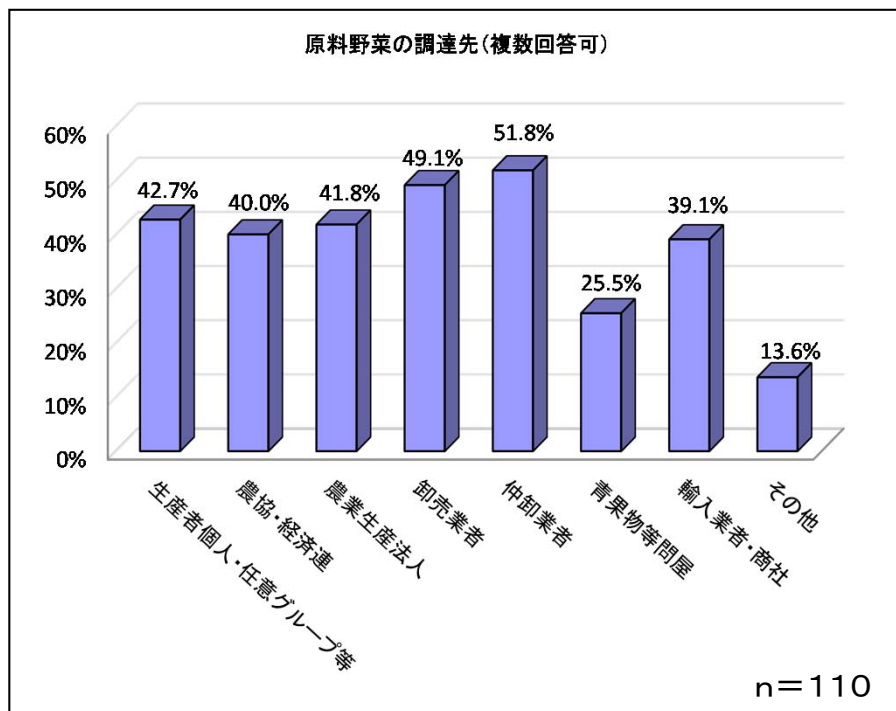
また、年間使用比率上位10品目を数量ベースで上位10品目を集計すると、キャベツが全体の30.7%を占め最も多く、次いで、たまねぎ、だいこん、レタスが続いた。



○ 原料の調達先

原料野菜の調達先は、複数の手段を取り入れていることが多く、「仲卸業者」を通じて調達しているのが全体の51.8%となっており、次いで「卸売業者」、「生産者個人・任意グループ等」、「農業生産法人」、「農協・経済連」と続いた。

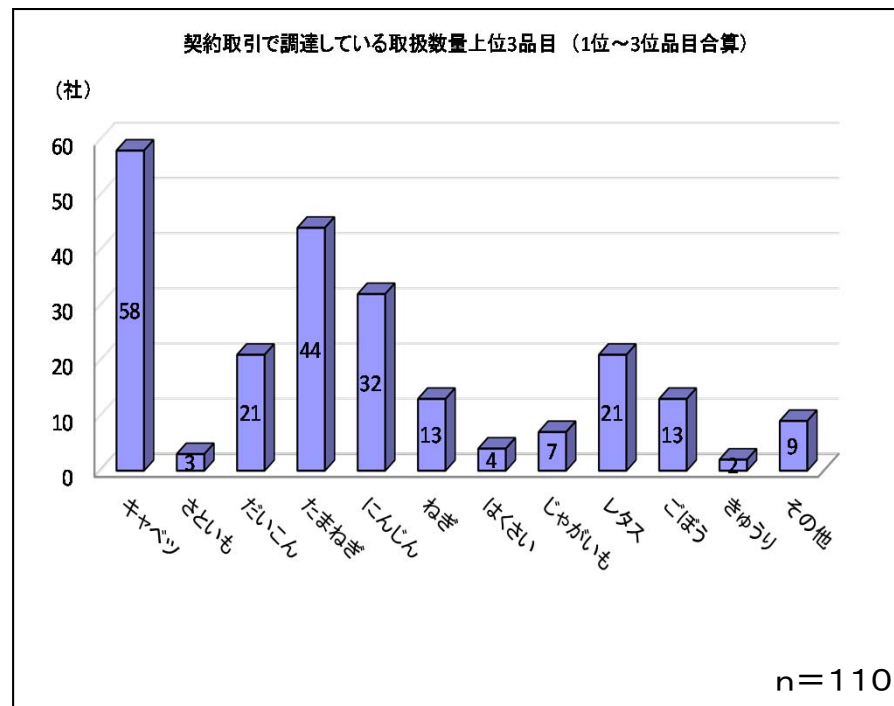
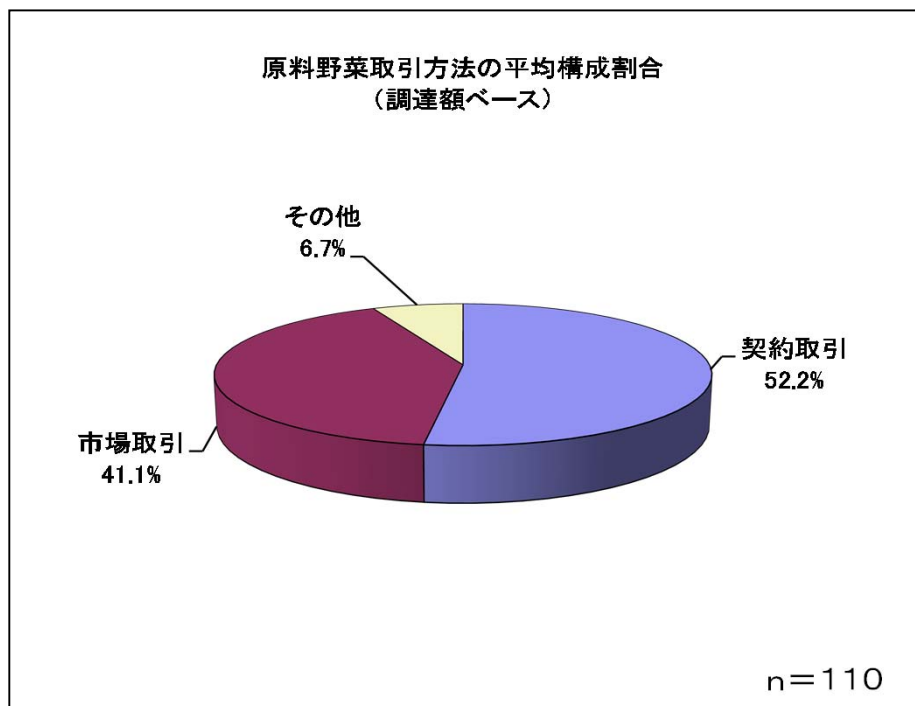
また、調達先の平均構成割合を調達額ベースで見ると、「仲卸業者」が全体の21.6%となっており、次いで「卸売業者」が19.3%、「農協・経済連」が11.7%、「生産者個人・任意グループ等」が10.6%、「農業生産法人」が10.1%となっている。



○ 原料野菜の取引方法

原料野菜の取引方法を調達額ベースで見ると、「契約取引」が52.2%、「市場取引」が41.1%「その他」が6.7%となっており、「契約取引」が原料野菜を調達する主要な手段となっている。

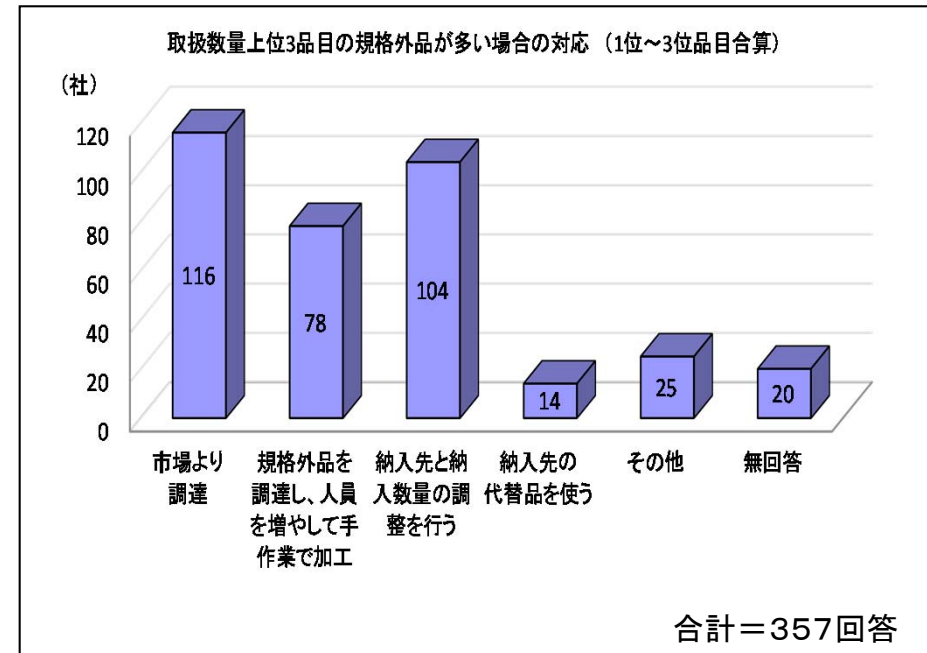
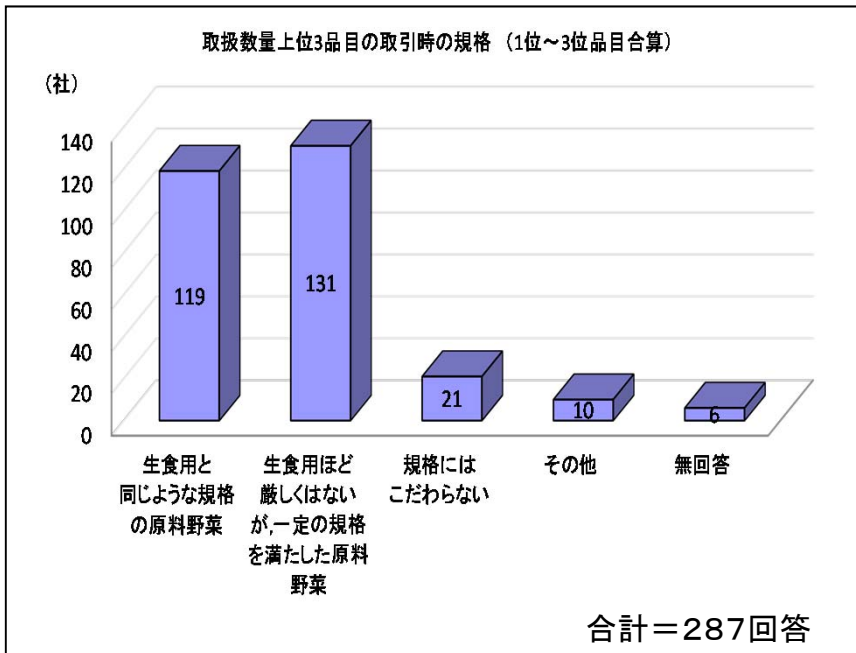
また、「契約取引」で調達している取扱い品目上位3品目を合計すると、キャベツが58社と最も多く、次いでたまねぎ、にんじん、レタスとなっており、葉物野菜や土物類が多い。



○ 原料野菜の取引規格

取引数量上位3品目の取引時の規格は、「生食用ほど厳しくはないが、一定の規格を満たした原料野菜」が131社で最も多く、次いで、「生食用と同じような規格の原料野菜」が119社となっている。

また、不作の時等規格外品が多い場合の対応は、「市場より調達」が116社で最も多く、次いで「納入先と納入数量の調整を行う」が104社となっている。



○ カット野菜原料の歩留まり率

カット野菜原料の歩留まり率は、ねぎが平均81%と最も高く、次いでたまねぎが平均78%となっている。一方、レタスは平均60%と低くなっており、上位10品目の平均は73%となっている。なお、同じ品目であってもカット方法によって歩留まり率が変わっている。

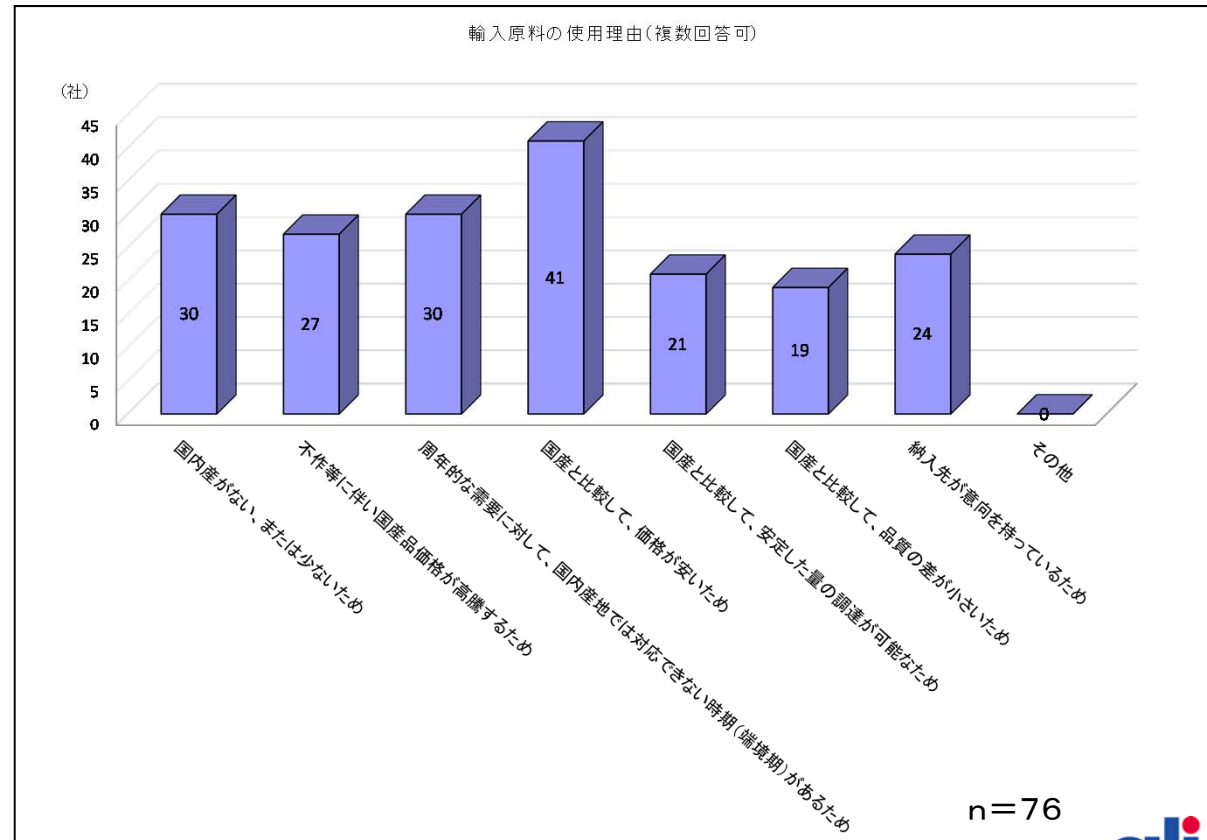
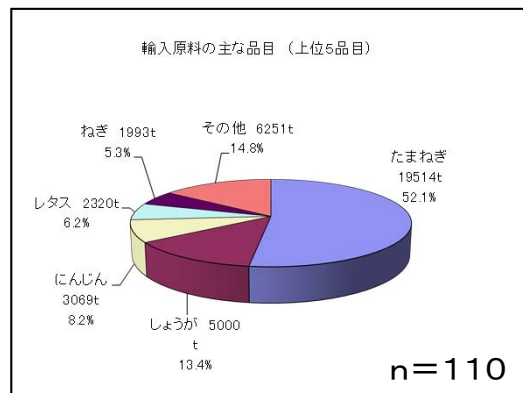
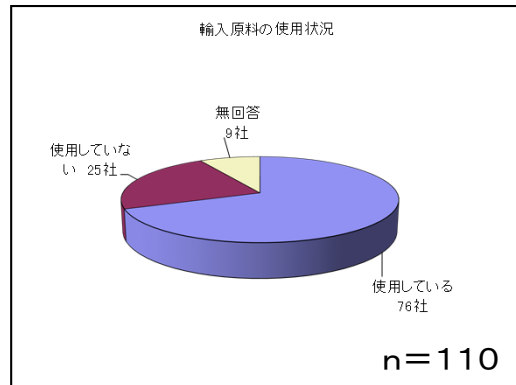
カット野菜原料の歩留まり率

	平均	50%未 満	50～ 55%未 満	55～ 60%未 満	60～ 65%未 満	65～ 70%未 満	70～ 75%未 満	75～ 80%未 満	80～ 85%未 満	85～ 90%未 満	90%以 上
ねぎ	81%	0	4	1	7	7	16	2	6	7	10
キャベツ	72%	1	1	0	12	8	23	12	9	5	4
たまねぎ	78%	1	1	0	1	2	14	8	19	13	9
だいこん	73%	1	3	0	4	5	26	9	10	6	7
レタス	60%	7	9	7	10	3	7	2	2	2	1
にんじん	73%	1	1	1	4	8	21	11	10	7	4
じゃがいも	73%	0	1	1	6	11	10	4	6	4	6
ごぼう	73%	0	2	1	5	5	15	6	5	2	6
はくさい	74%	0	0	2	3	3	12	15	6	2	3
しょうが	70%	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
10品目全体	73%										

○ 輸入原料の使用状況

輸入原料を使用していると回答したカット野菜製造業者は、110社中76社であった。輸入原料として使用している主な品目上位5品目は、たまねぎが52.1%と最も多く、次いでしょうが、にんじん、レタス、ねぎと続いた。

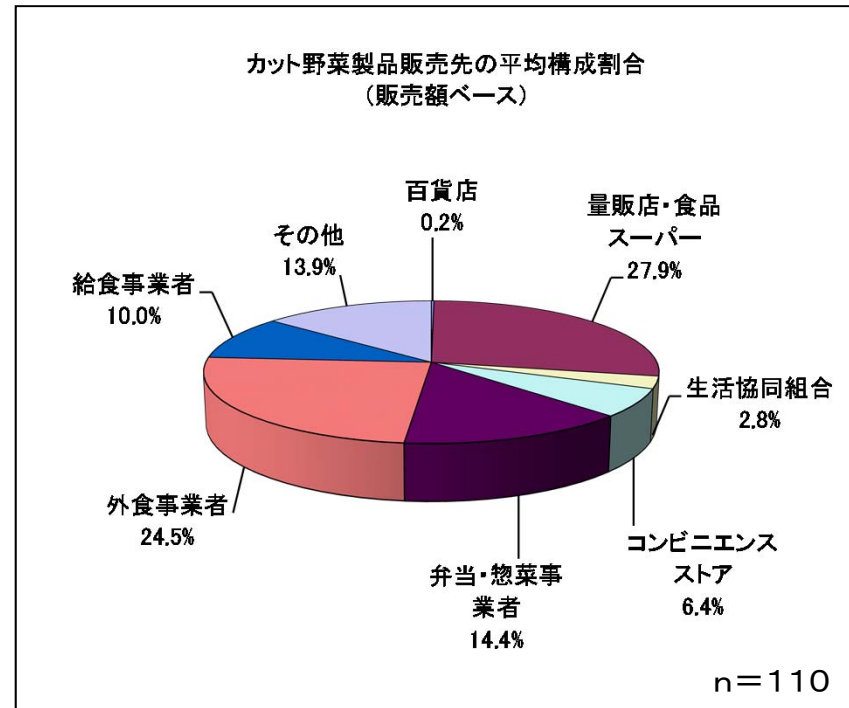
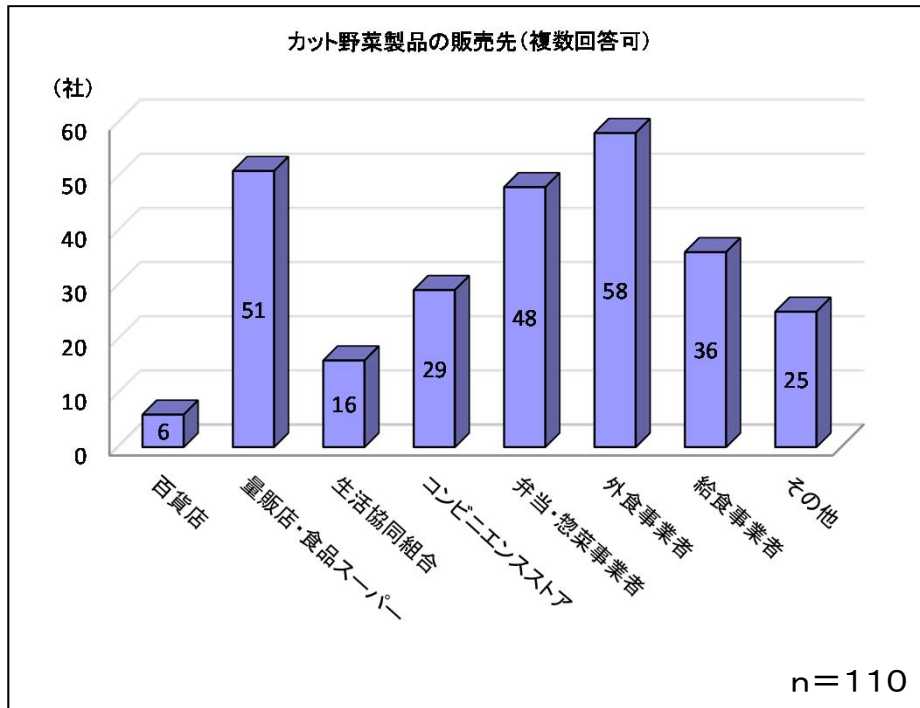
また、輸入原料を使用している理由は、「国産と比較して、価格が安い」が41社と最も多く、「周年的な需要に対して、国内産地では対応できない時期(端境期)があるため」、「国内産がない、または少ないため」が続いた。



○ カット野菜製品の販売先

カット野菜製品の販売先は、「外食事業者」が58社と最も多く、次いで「量販店・食品スーパー」が51社、「弁当・惣菜事業者」が48社、「給食事業者」が36社、「コンビニエンスストア」が29社と続いた。

販売額ベースで平均構成割合を見ると、「量販店・食品スーパー」が27.9%、「外食事業者」が24.5%と2業態で半数を占め、「弁当・惣菜事業者」と「給食事業者」もそれぞれ10%以上のシェアを占めている。



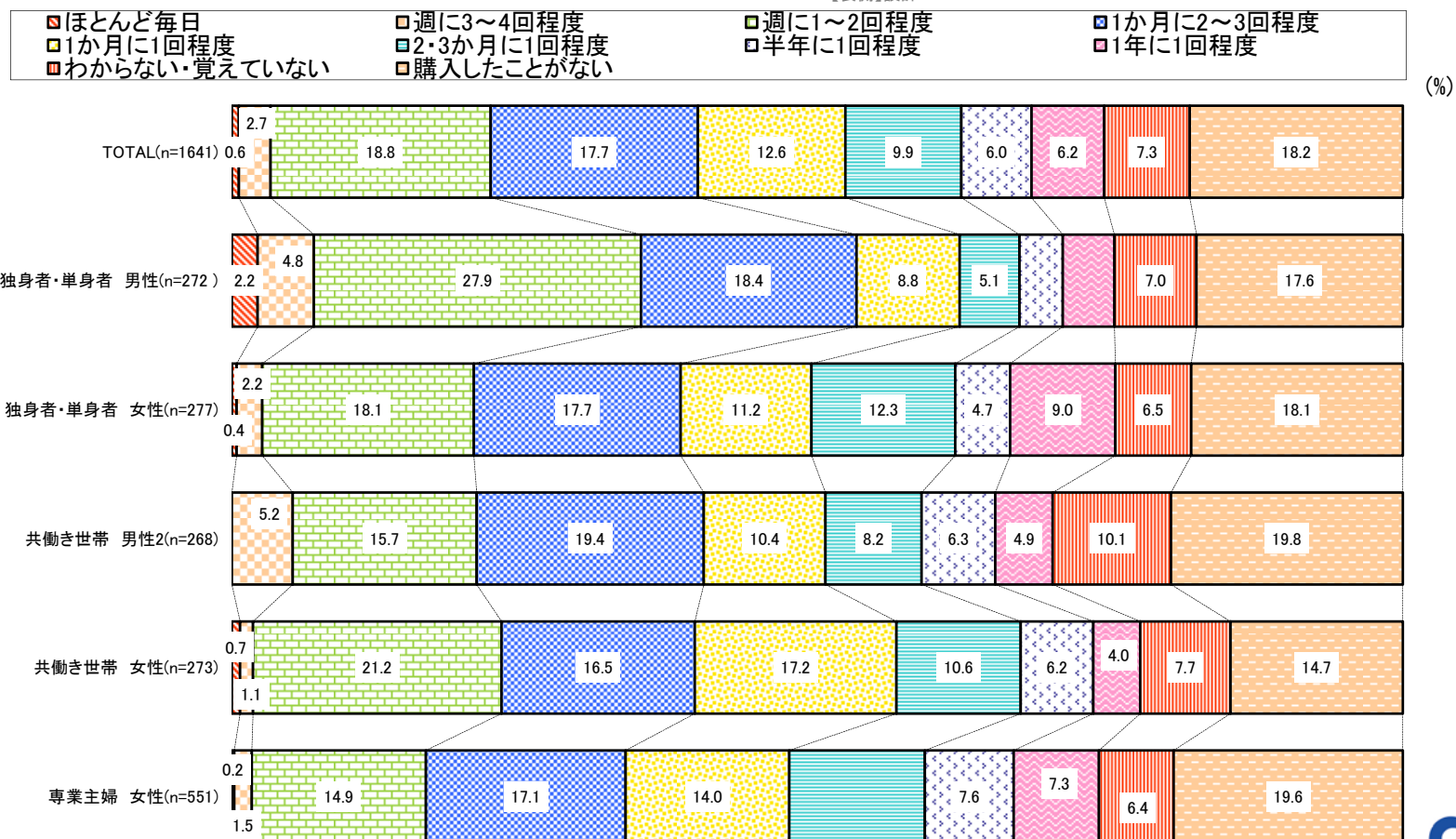
3-2. カット野菜の消費動向調査

○ 簡便野菜の購入頻度(世帯別)

簡便野菜は、20%以上の方が「週に1回以上」購入し、50%以上の方が「1か月に1回以上」購入している。一方、25%以上の方が「購入したことがない」、又は「わからない・覚えていない」と回答。特に、「独身者・単身者男性」の購入頻度が高く、次いで「共働き女性」が続いている。また、「専業主婦」の購入頻度は比較的低くなっている。

Q6 あなたは直近1年間に、「カット野菜」をどのくらいの頻度で購入していますか。(回答は横の行ごとに1つずつ) 簡便野菜

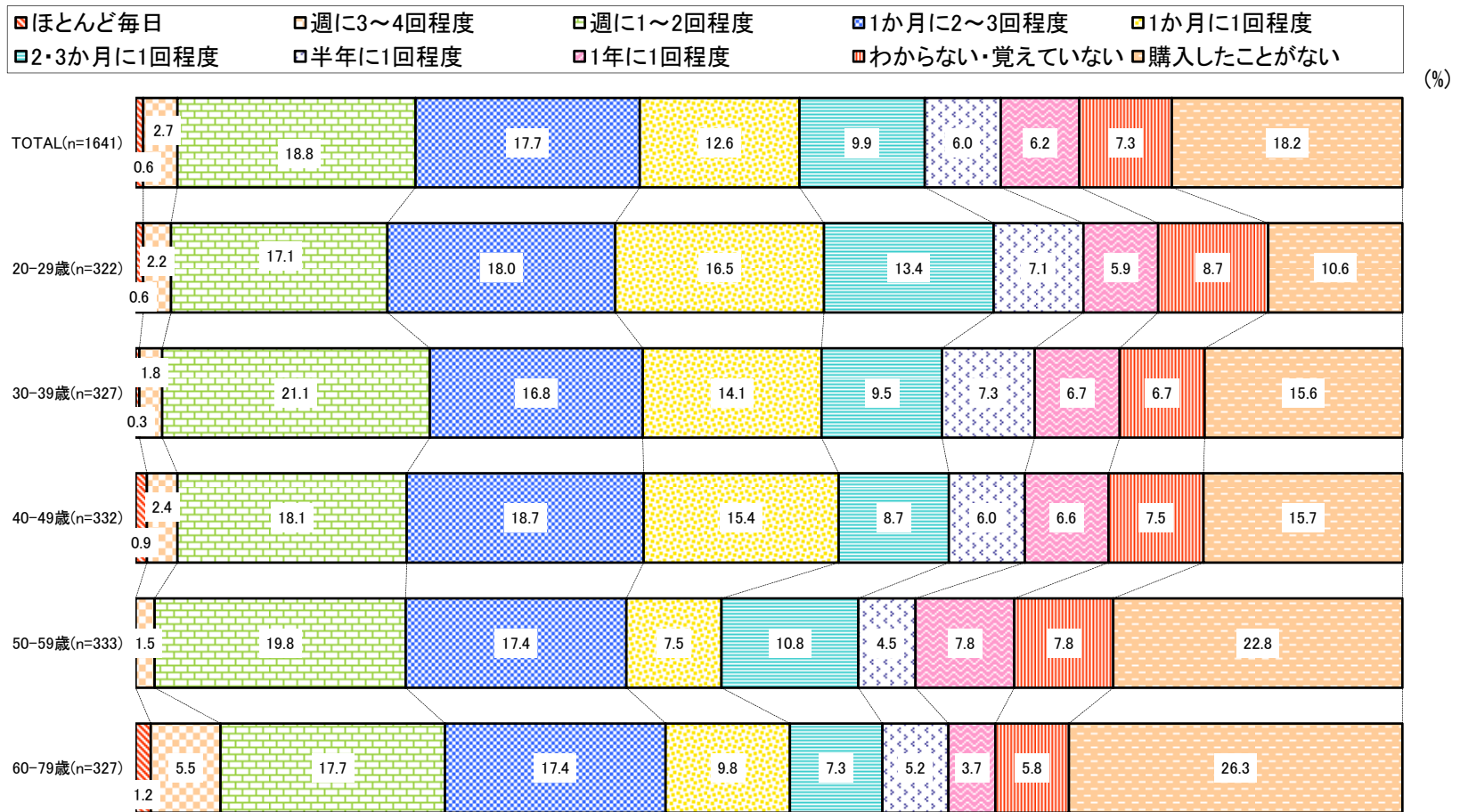
【表側】設計



○ 簡便野菜の購入頻度（年齢階層別）

年齢階層別に見ると、「60～79歳」は、「購入したことがない」と回答している人の割合が高い。一方で、「週に3～4回程度」購入している人の割合も高いという特徴がある。

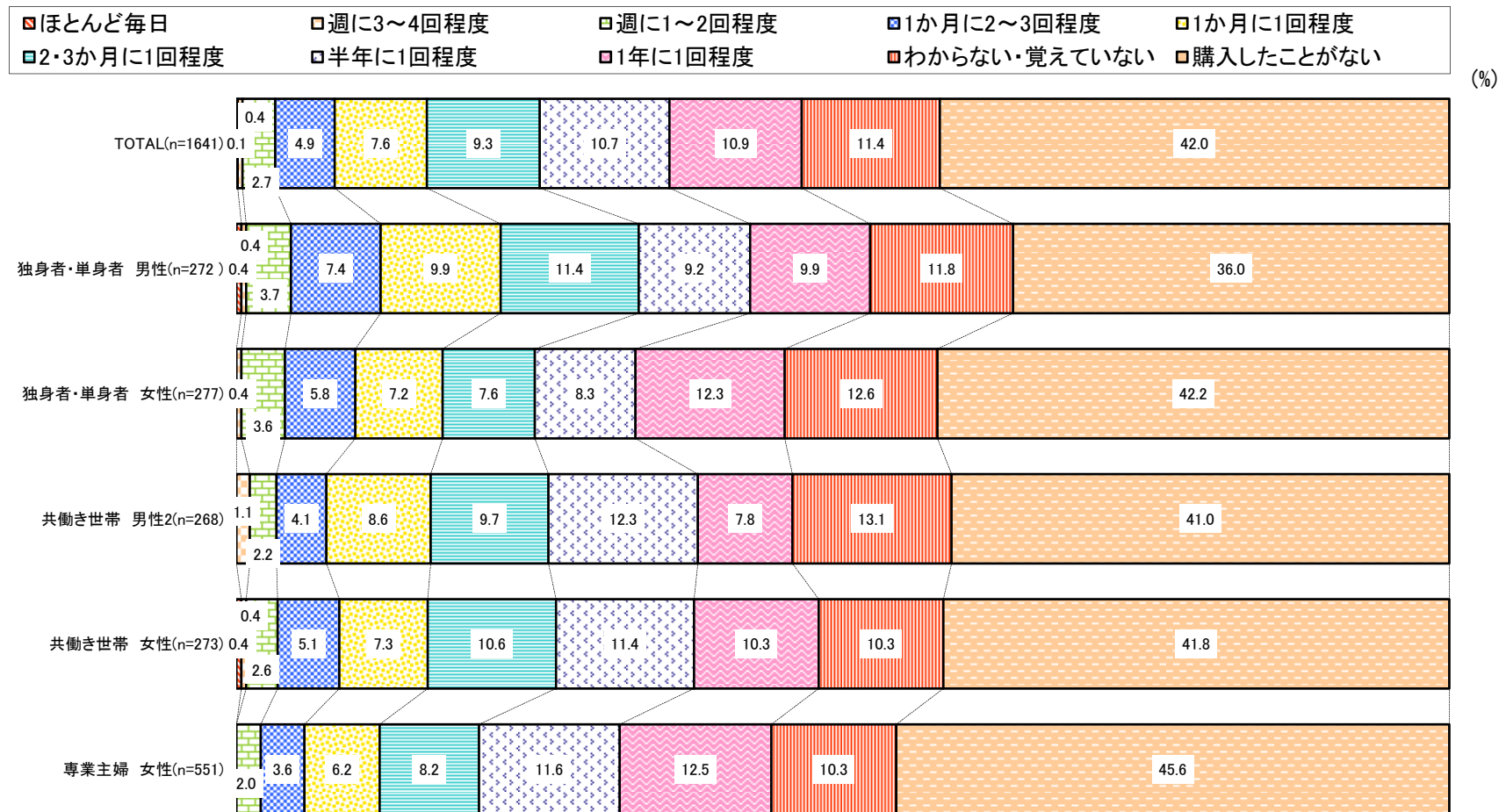
Q6 あなたは直近1年間に、「カット野菜」をどのくらいの頻度で購入していますか。（回答は横の行ごとに1つずつ） 簡便野菜（年齢別）
【表側】設計



○ 鍋物セットの購入頻度

鍋物セットは、「週に1回以上」購入している人は3%程度、「1か月に1回以上」の人も15%程度にとどまっている。全体の50%以上の人々が「購入したことがない」、又は「わからない・覚えていない」と回答している。

Q6 あなたは直近1年間に、「カット野菜」をどのくらいの頻度で購入していますか。(回答は横の行ごとに1つずつ) 鍋物セット
【表側】設計

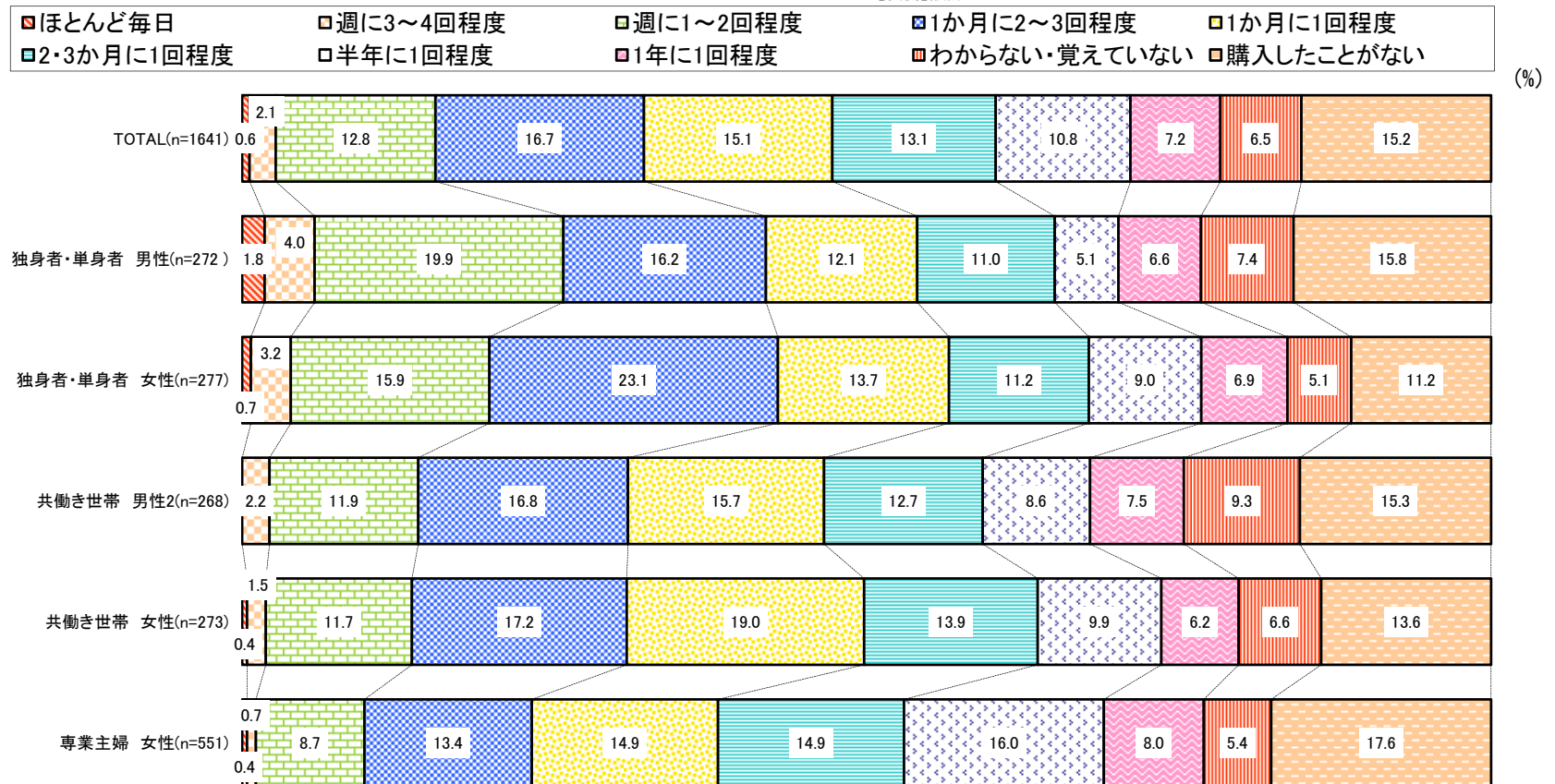


○ 野菜カップサラダの購入頻度

野菜カップサラダは、15%以上の方が「週に1回以上」購入しており、50%近くの方が「1か月に1回以上」購入している。一方、20%以上の方が「購入したことがない」、又は「わからない・覚えていない」と回答している。特に、「独身者・単身者 男性」の購入頻度が高く、次いで「独身者・単身者 女性」の購入頻度が高くなっている。

Q6 あなたは直近1年間に、「カット野菜」をどのくらいの頻度で購入していますか。(回答は横の行ごとに1つずつ) 野菜カップサラダ

【表側】設計

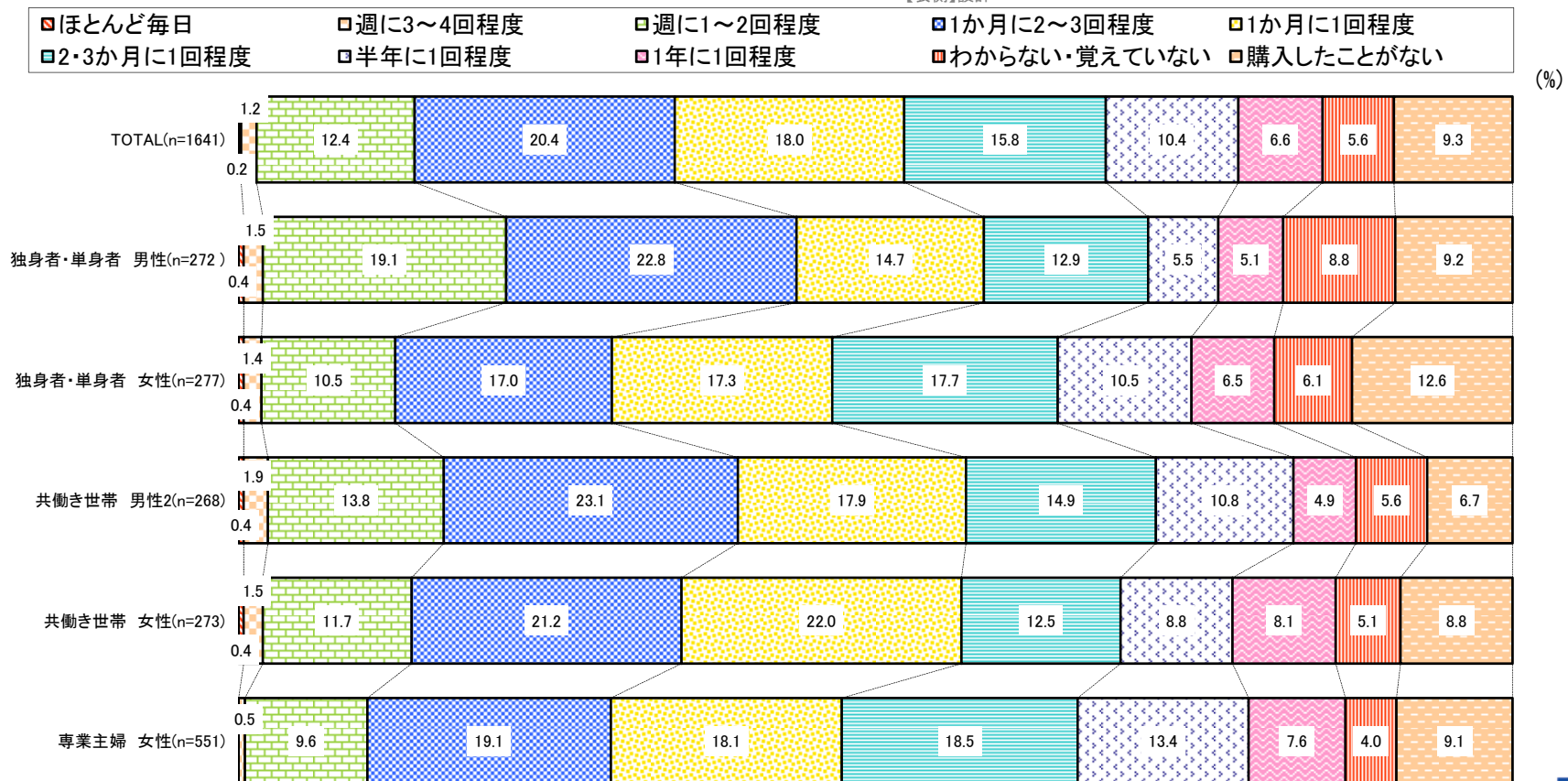


○ ポテトサラダの購入頻度

ポテトサラダは、15%近くの方が「週に1回以上」購入しており、50%以上の方が「1か月に1回以上」購入してる。一方、15%近くの方が「購入したことがない」、又は「わからない・覚えていない」と回答している。「独身者・単身者 男性」と「共働き世帯(男女)」の購入頻度が比較的高く、「独身者・単身者 女性」と「専業主婦」の購入頻度が比較的低くなっている。

Q6 あなたは直近1年間に、「カット野菜」をどのくらいの頻度で購入していますか。(回答は横の行ごとに1つずつ) ポテトサラダ

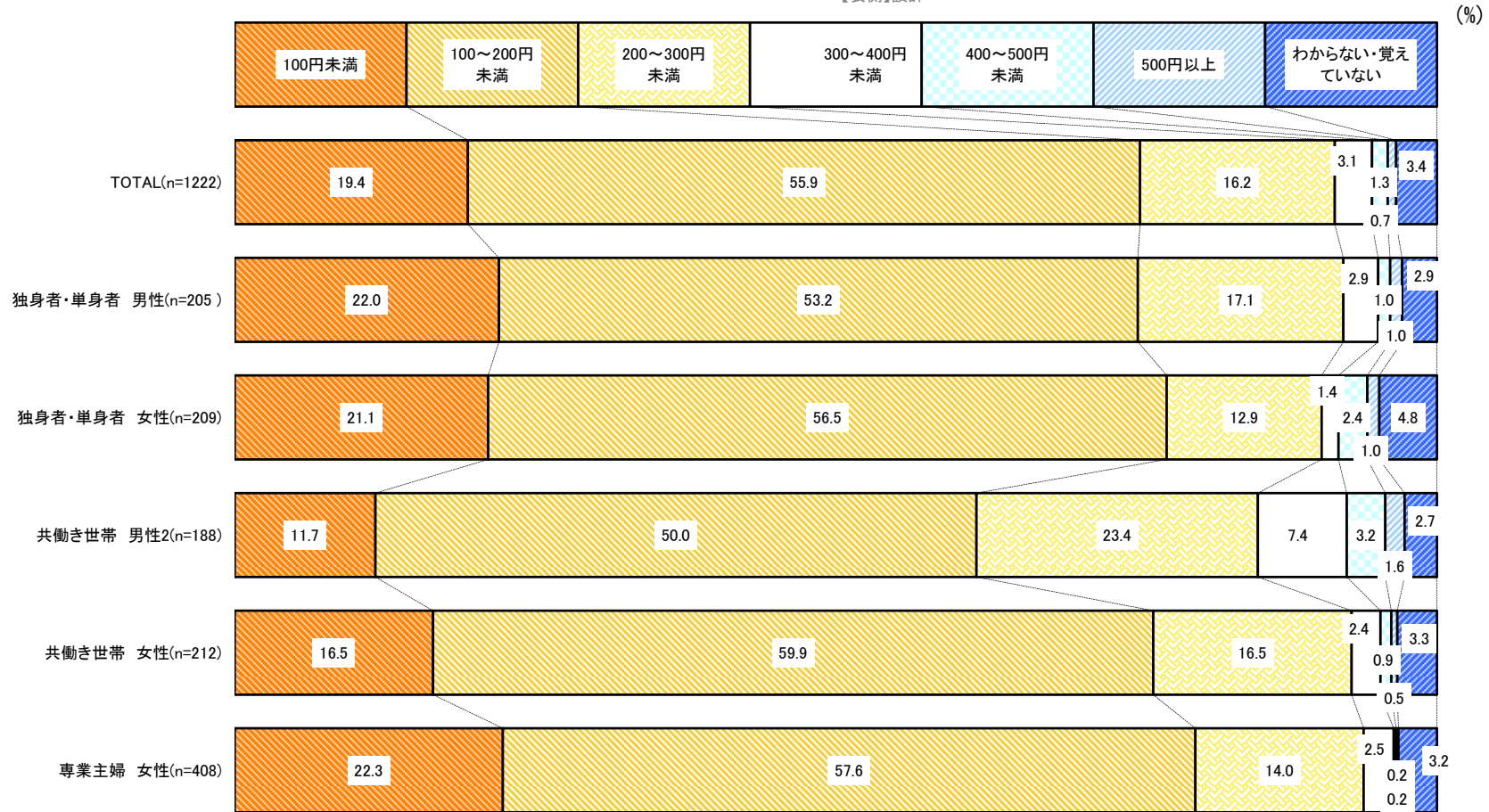
【表側】設計



○ 簡便野菜を購入する際の1品当たりの価格

簡便野菜を購入する際の1品当たりの価格は、「100円未満」が約20%で、「100～200円未満」が約56%と大半を占めている。「200～300円未満」は「共働き世帯」で割合が高くなっている。

Q7 あなたが「カット野菜」を購入する際の、1品当たりの値段はいくらぐらいですか。あてはまる金額をお答えください。(回答は横の行ごとに1つずつ) 簡便野菜
【表側】設計



○ カット野菜を利用する理由

カット野菜を購入する理由は、最も割合が高かったのが「家庭での調理時間を節約できるか」であった。次いで、ポテトサラダを除き、「生鮮品を使用して調理すると1回で使いきれないから」が続いた。野菜カップサラダでは、「好きなものを選んで購入できるから」や「栄養のバランスが取れているから」も割合が高く、ポテトサラダでは、「好きなものを選んで購入できるから」という回答の割合が高かった。

[Q12]Q12 あなたが「カット野菜」を利用する理由として、あてはまるものを3つまでお答えください。(回答は横の行ごとに3つまで)

(度数+横%)

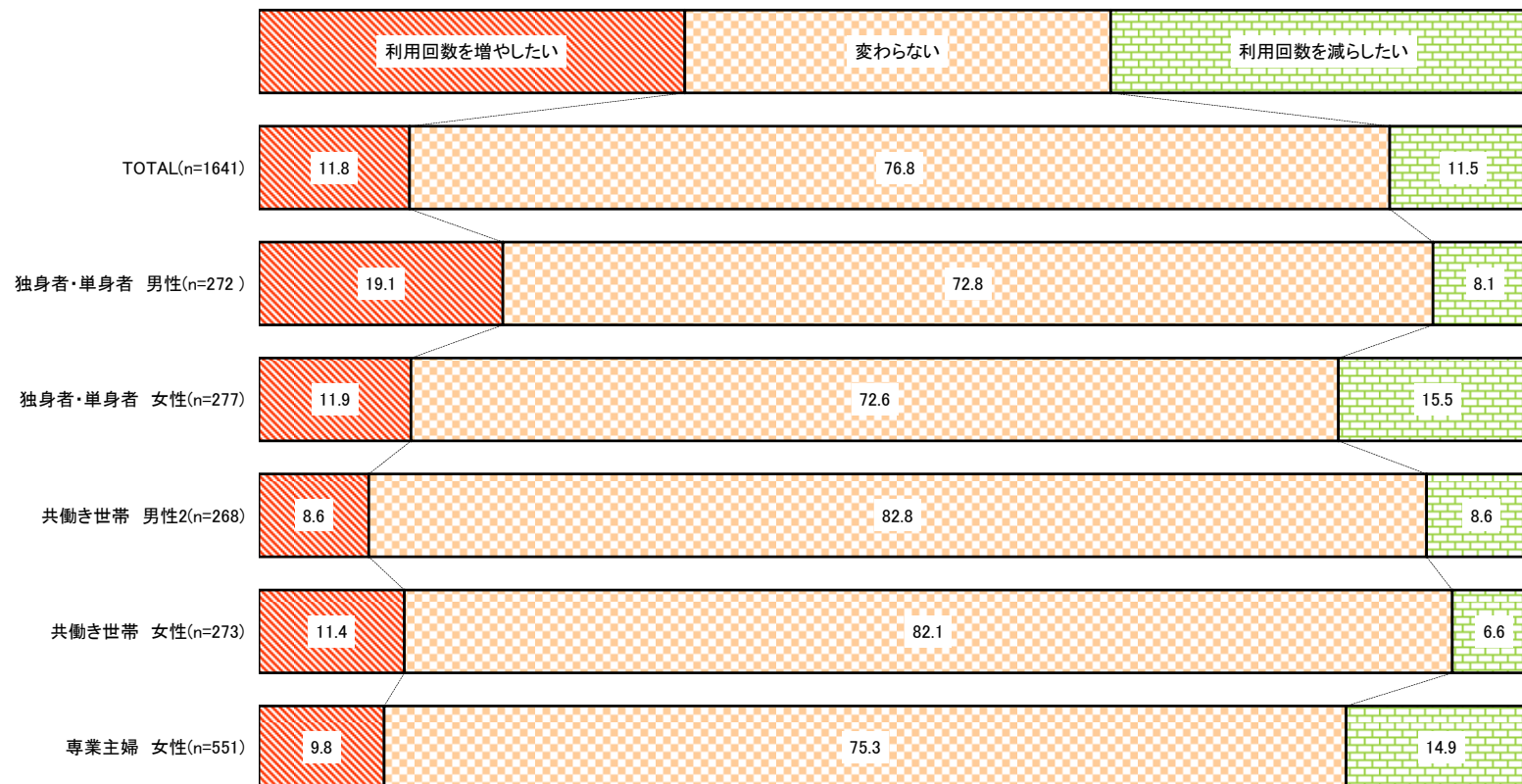
	n(TOTAL)	生鮮品を使用して調理すると1回で使いきれないから	家庭での調理時間を節約できるから	好きなものを選んで購入できるから	栄養のバランスが取れているから	安全・安心だから	ゴミが出ないから	その他 具体的に
簡便野菜	1222	619	768	155	122	23	206	38
	100.0	50.7	62.8	12.7	10.0	1.9	16.9	3.1
鍋物セット	764	330	469	105	99	14	109	12
	100.0	43.2	61.4	13.7	13.0	1.8	14.3	1.6
野菜カップサラダ	1285	416	682	360	276	17	116	51
	100.0	32.4	53.1	28.0	21.5	1.3	9.0	4.0
ポテトサラダ	1397	302	960	343	116	24	109	63
	100.0	21.6	68.7	24.6	8.3	1.7	7.8	4.5

1位
2位
3位

○ 今後の利用についての意向

簡便野菜の今後の利用回数については、「変わらない」という意向が75%を超え大半を占めており、「増やしたい」や「減らしたい」という意向がそれぞれ約12%で拮抗している。「独身者・単身者 男性」は、「減らしたい」と考えている人より、「増やしたい」と考えている人の割合が高いのに対して、「専業主婦」は、「増やしたい」と考えている人より、「減らしたい」と考えている人の割合が高くなっている。

Q13 「カット野菜」の今後のご利用（調理や喫食）意向として、あなたのお気持ちに近いものをお答えください。（回答は横の行ごとに1つずつ） 簡便野菜
【表側】設計



4. カット野菜の市場規模の推計

○ カット野菜の市場規模の推計

市場規模の推計に当たっては、アンケート調査結果だけでは推計が困難であることから、実需者への聞き取り調査、商業動態統計調査(経済産業省)等を利用した。

その結果、カット野菜原料の市場規模は約600億円、カット野菜製造業の市場規模は約1,330億円、カット野菜販売の市場規模は約1,900億円と推計された。

<市場規模の推計方法>

- ①スーパー・百貨店におけるカット野菜の売上比率から、カット野菜販売額を推計。
- ②アンケート調査に基づき、カット野菜製造業のスーパー・百貨店向けとコンビニ向けの比率を算出。
- ③①及び②から、カット野菜販売の市場規模を算出。
- ④小売業の値入率(商品の販売価格と仕入れ原価の差額の販売価格に対する比率)を30%と設定し、カット野菜製造業の市場規模を算出。
- ⑤カット野菜製造業者の聞き取り調査から、原料の原価率を45%と設定し、原料の市場規模を算出。

